

Microcars, marché de niche ou future révolution de la mobilité ?

Septembre 2024

via iD

**MOBILITY
CLUB**

By via iD

Préambule

Ce document est une **version courte** de l'étude créée par Via ID, et mise à la disposition des membres du Mobility Club. Elle ne contient donc pas les éléments suivants :

- Cas d'usages, et entretiens d'experts du secteur des microcars et de l'automobile.
- Réflexion détaillée sur les défis de ce marché.
- Étude sur la taille potentielle du marché des microcars en France.
- Analyse des intérêts stratégiques pour les acteurs de l'écosystème de l'automobile à se positionner sur ce marché (leasers, distributeurs, constructeurs, équipementiers, acteurs de l'entretien).
- Description détaillée et illustrée des facteurs clés de succès pour structurer et dynamiser le marché des microcars.

Remerciements

Un grand merci à tous les contributeurs de cette étude au sein de **Via ID** et **Mobivia** : Clément Guillemot, Oren Ruban, Romain Lafitte, Antonin Bibal, Vincent Cabanel, Paul de Lauriston, Stéphane Derville, Sophie Bailly, Léa Degardin, Adrien Ayffre, Lisa Meynard.

Un grand merci également aux **personnes interrogées** pour créer cette étude : Julie Sadaka-Entringer (Mobilians), Matthias Goldenberg (Segula), Meir Dardashti (Maniv), Paul Quéveau (Kate), Thibaud Elzière (Kate), Marc Charlet (Next Move), Frederic Mourier (Avatar Mobilité), Christophe de Lansalut (XEV), Merlin Outboter (Microlino), Gabriel Plassat (ADEME), Côme Drescher (Birò), Franck De Morgan (The Tiny Car), Kersten Heineke (Mckinsey), Valery Cervantes (Metacar), David Gafforelli (Forvia), Frederic Porquet (Mobislow), Remy Dumont (D'leteren), Fabrice Duval (Bosch), Nicolas Coat (Mobilize), Alain Le Gouguec (Citroën), Clément Barbe (Ayvens), Jérôme Ravet (Finance Mobilité), Jean-François Rey (Rey Investissements).

22 entretiens ont été effectués pour constituer cette étude :

- Constructeurs historiques
- Néo-constructeurs
- Equipementiers
- Acteurs de l'écosystème
- Fonds d'investissement
- Cabinets de conseil

Périmètre de l'étude

Cette étude a pour objectif de déterminer si le marché des microcars est voué à rester une niche, ou à se développer pour devenir une réponse réelle aux nouveaux besoins de mobilité décarbonée.

Ces travaux portent strictement sur la verticale du transport des personnes, et non pas sur l'usage à titre de transport de marchandises.

L'étude se concentre principalement sur le marché français, qui représente aujourd'hui près de la moitié du marché européen, tout en incluant des données plus larges (Monde, Europe, Asie-Pacifique, Amérique du Nord).

Le terme de microcars représente dans notre étude les catégories L6 et L7 comme définis par le Parlement Européen dans son règlement du 15 janvier 2013⁽¹⁾. Nous intégrons également dans la définition des microcars des quadricycles légers encore non catégorisés officiellement (électrique à pédale, etc.) pour le moment, mais répondant à des usages similaires aux L6 et L7.

Nous nous concentrons principalement sur les microcars électriques (L6e et L7e) qui sont en plein développement aujourd'hui (44% des ventes de microcars en 2023 vs 5% en 2020⁽²⁾).

Sommaire

1 — Etat des lieux du marché des microcars

2 — Un segment encore naissant qui comporte son lot de défis

- 2.1 — Développement de l'offre & du marché
- 2.2 — Conception, Industrialisation & Entretien
- 2.3 — Équilibre économique & Financement

3 — De nombreuses opportunités se dessinent (non inclus)

- 3.1 — Un marché qui se structure, renforcé par différents facteurs de croissance (non inclus)
- 3.2 — Des opportunités potentielles pour certains acteurs du marché automobile (non inclus)
- 3.3 — Des facteurs clés de succès à mettre en place pour structurer et dynamiser le marché (non inclus)

1.

Etat des lieux du marché des microcars

Les types de microcars en France et en Europe

Type L6⁽¹⁾



Type L7⁽¹⁾



Masse à vide maximale ⁽²⁾

425 kg

450 kg

Cylindrée maximale

5.4 ch

20.4 ch

Vitesse maximale

45 km/h

90 km/h

Puissance nette maximale

4 kW

15 kW

Permis nécessaire

AM

B1

Dimensions maximales ⁽³⁾⁽⁵⁾

3 m de Long
1,5 m de Large
2,5 m de Haut

3,7 m de Long
1,5 m de Large
2,5 m de Haut

Pour comparaison :
petite citadine M1

(Clio V⁽⁴⁾)



1178 kg

145 ch

162 km/h

B

4,05 m de long
1,79 m de large
1,44 m de Haut

(1) Définition du parlement européen (2) Blog_eplaque (Le 22/03/2024) (3) Legifrance décret du 23/10/2019 (4) Pour illustrer la catégorie "petite citadine" nous avons choisi la Clio V, voiture la plus vendue en France en 2023, et représentative de ce segment. (5) L'aspect de hauteur des L6/L7 n'est pas représentatif de la moyenne des véhicules sur le marché

Qui sont les utilisateurs de **microcars L6 en France?**

Quelques chiffres

40%

des utilisateurs sont **des jeunes conducteurs** de moins de 18 ans (2023)⁽¹⁾

83%

des utilisateurs de l'**Ami** sont **des particuliers** (2022)⁽³⁾

77%

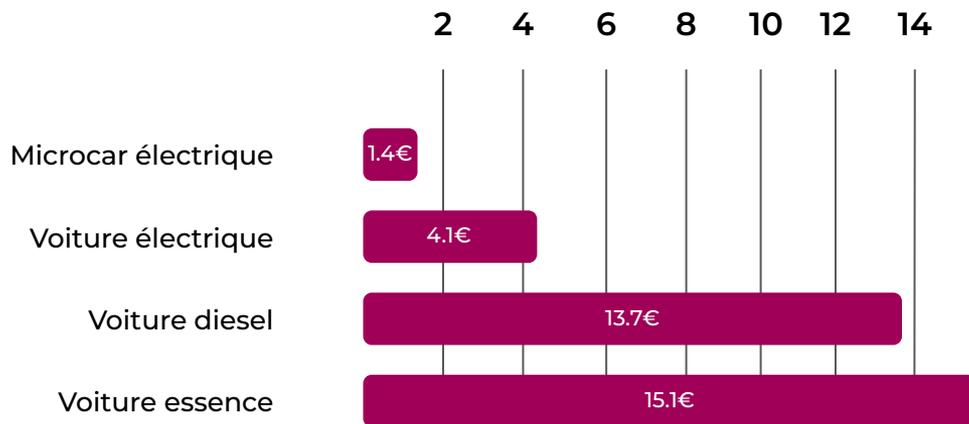
des possesseurs de l'**Ami** sont des **familles** avec **un ou deux adolescents** pour un usage partagé en 2023⁽²⁾

85%

des acheteurs sont motivés par le **besoin d'un véhicule complémentaire** qui va remplacer l'usage d'un deux roues en 2023⁽²⁾

Les microcars électriques, une mobilité du quotidien **plus économique...**

Prix moyen pour 100km en France (€)



(1) Recherche menée par Via ID sur un panel de 129 véhicules électriques et microcars électriques, (2) Etude l'Argus sur la consommation des véhicules thermiques, (3) Fournisseur-électricité.com

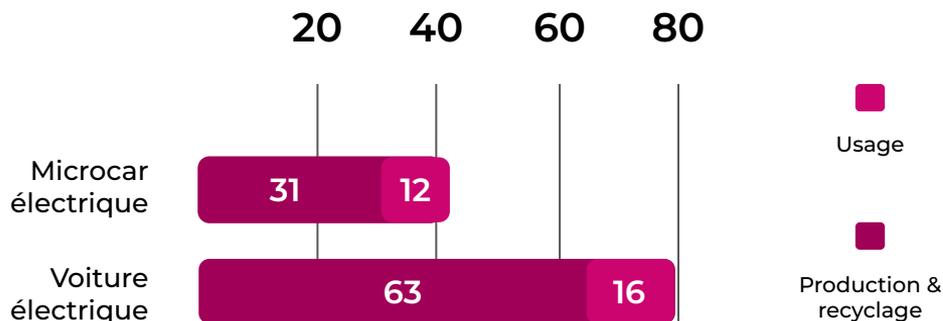
La **consommation est environ 3 fois plus importante** pour un M1 électrique que pour une microcar (poids plus conséquent).

Un Français parcourant environ **50 km par jour** pourrait **économiser chaque mois entre 40€ et 195€** par rapport à un véhicule électrique ou thermique.

Les microcars sont également **plus économiques à l'achat** (7999€ pour une Citroën Ami contre 35,474€ pour un véhicule neuf - Moyenne France, 2023).

... mais également **plus écologique**

Émissions de GES sur le cycle de vie
(gCO₂eq[®] / Km)[®]



Recherche menée par Via ID, (1) [Etude carbone 4](#), (2) [Ligier.fr](#), (3) [Connaissancedesenergies.org](#)

Les **émissions liées à la production et au recyclage** du véhicule sont bien **moins importantes** pour une microcar, en raison notamment d'un **poids et d'un nombre de pièces largement inférieur**

Aujourd'hui, la durée de vie des microcars est significativement moins importante ²⁾ que celle des véhicules électriques classiques [®].

Il est important de développer de **nouveaux principes de conception plus sobres**, et d'augmenter l'**indice de réparabilité** de ce segment léger, pour améliorer sa longévité et son impact environnemental.

Des tendances qui poussent le **marché à se développer**



Réglementaire

**Zones à faible émissions
européennes (ZFE)**

Augmentation du malus



Economique

Baisse du pouvoir d'achat

Bonus écologique pour les véhicules
électriques

**Une augmentation des prix des
véhicules** : +36% d'augmentation du
prix d'un véhicule neuf en France en
2023 (35 474€⁽¹⁾ en moyenne) vs 2018

Augmentation du prix de l'essence



Social & démographique

Urbanisation croissante

Augmentation du télétravail

Sensibilisation écologique

(1) BFM business_05/01/2024

Un marché **européen et français** qui se développe depuis 5 ans

Avec 26,000+ ventes de microcars neuves (thermiques et électriques) **en 2023, la France représente aujourd'hui un peu plus de 50% du marché européen.**

La France domine aujourd'hui le marché européen, notamment grâce à des acteurs majeurs tels que Aixam, Ligier et Citroën (Ami).

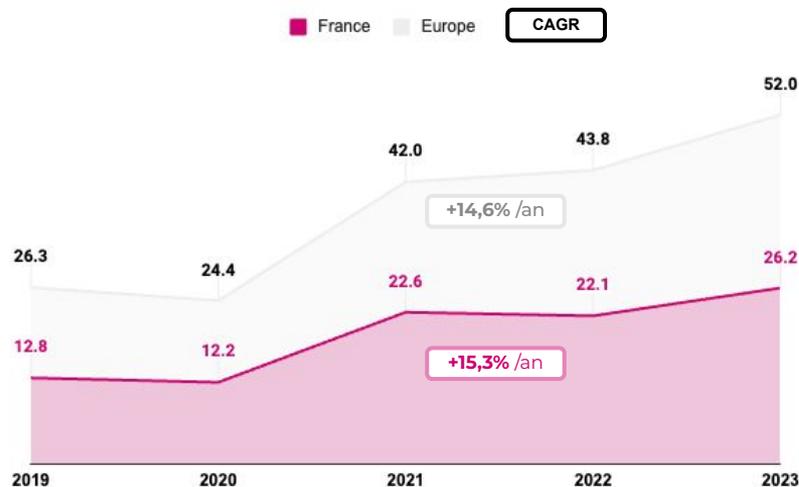
Les chiffres actuels décrivent malgré tout **un marché encore embryonnaire** : en effet le nombre de microcars vendues en France en 2023 représente **1.4%⁽¹⁾ des ventes de voitures neuves en France** cette même année.

Nous notons cependant **une croissance importante des marchés européen et français qui ont cru respectivement de 98% (+14.6% CAGR) et 104%⁽¹⁾ (+15.3% CAGR) lors de ces cinq dernières années.**

Il est intéressant de noter l'**impact de l'Ami** de Citroën, sortie pendant la période Covid, en avril 2020. En effet, la croissance du marché français sur la période 2010 à 2020 est de moins de 4% alors qu'elle est de plus de 71% entre 2020 et 2023⁽¹⁾.

Le marché est aujourd'hui grandement **dominé par le segment des L6** (+95% des véhicules vendus ⁽³⁾) en France et en Europe, qui séduisent de plus en plus d'utilisateurs de par leur praticité d'usage et leurs coûts faibles d'achat et d'usage.

Evolution du nombre de ventes annuelles de microcars neuves en France et en Europe (milliers)⁽⁴⁾



⁽¹⁾ Ministère de la transition écologique, 2023 ⁽²⁾ Dossier de presse Ligier, 04/2024, ⁽³⁾ Entretien effectué par Via ID

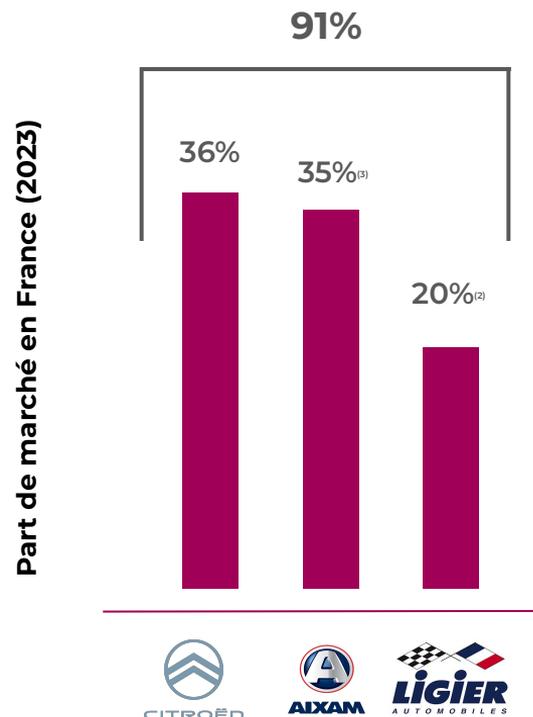
La France, un marché dominé par **trois principaux acteurs**

Une évolution récente du marché des microcars

Le marché des microcars en France est largement dominé par trois principaux acteurs (Citröen, Aixam, Ligier), qui représentent à eux seuls **91% de parts de marché**.

Citröen, a su s'imposer en un peu plus de deux ans pour atteindre 36% du marché des microcars en France en 2023⁽¹⁾. Une prouesse face à Aixam, et Ligier, deux groupes dominant ce segment depuis plus de 40 ans et qui sont aujourd'hui présents dans de nombreux pays en Europe (Groupe Ligier : 550 points de vente dans 11 pays européens⁽⁴⁾; Aixam : 130 points de vente en France et 600 dans 12 pays d'Europe⁽⁵⁾).

Bien que trois marques se partagent le marché français, de **nombreux néo-constructeurs⁽⁶⁾** se sont développés lors de ces dernières années, introduisant des concepts **innovants** et **différenciants** (Biró, Microlino, XEV, etc.). Même s'ils ne se partagent que 9% de part de marché, ces nouveaux acteurs sont dotés de propositions de valeur intéressantes (véhicules tout terrain, modulaires, électriques, etc.) qui participent à faire évoluer la vision des microcars pour les potentiels utilisateurs.



(1) [Passionément Citroën, 17/01/2024](#), (2) [Dossier de presse Ligier, 04/2024](#)
(3) [La tribune, 30/08/2023](#), (4) [Site Ligier](#), (5) [Site aixam](#), (6) Nouveaux constructeurs qui se lancent sur ce marché avec leur véhicule, et qui sont pour la plupart des startups.

Un écosystème d'acteurs en plein développement

Les **acteurs historiques des microcars** lancent des gammes électriques face à une nouvelle demande



...

Les **constructeurs automobiles** développent progressivement une gamme de microcars



Topolino



RENAULT



Mobilize Duo



OPEL



Rocks-e



CITROËN



Ami



SEAT



Minimo

...

Une vague de **néo-constructeurs** émerge, portés par la perspective d'un marché à fort potentiel



m-ero



BiRÒ



SILENCE
acciona

METACAR



e.GO

CITYTRANSFORMER



MOKE

CIRCLE



KILOW

Eli
Electric
Vehicles

TAZZARI EV
zero emission mobility

...

Comment Citroën a bousculé le marché avec l'Ami

Lancée en **avril 2020**, la Citroën Ami a su rapidement s'imposer sur le segment des microcars (36% de part de marché en 2023, et 82% sur le marché des L6 électriques⁽¹⁾) en un peu plus de 2 ans (9 500 véhicules vendus en 2023⁽²⁾).

L'entrée du groupe Stellantis dans la catégorie L6 au travers de l'Ami a marqué un tournant sur le marché des microcars en France et en Europe, en faisant évoluer l'image de ce segment. Avec son **design novateur**, le modèle a réussi à attirer une nouvelle clientèle avec plus de **40% des usagers qui sont des jeunes conducteurs** de moins de 18 ans en 2023⁽³⁾. Citroën a également réussi à démocratiser la motorisation électrique, qui est passée de 5% des ventes avant l'Ami (2020) à 44% des ventes de microcars en 2023 en France⁽⁴⁾.

Il est important de souligner également le **positionnement prix** de l'Ami (à partir de 7 990€), rendu possible par sa production au Maroc dans l'**usine Stellantis de Kénitra**⁽⁴⁾ (aux côtés de la 208, Opel Rocks-e et Fiat Topolino) et par sa **conception ingénieuse**. En effet, un grand nombre de pièces "non visibles" est repris des modèles du groupe (freins de la 208, etc.), et une logique de mutualisation des pièces "visibles" a été développée (pièces similaires : pare-chocs avant et arrière, ailes avant gauche et arrière droite, sièges, portes etc.).



“

Notre avantage en tant que constructeur est que nous avons le savoir-faire, les pièces, l'infrastructure, les ingénieurs, et la confiance des clients. Nous avons été guidés par Carlos Tavares (CEO de Stellantis), qui a une vision claire et une expérience des enjeux de la mobilité sur le segment des quadricycles.

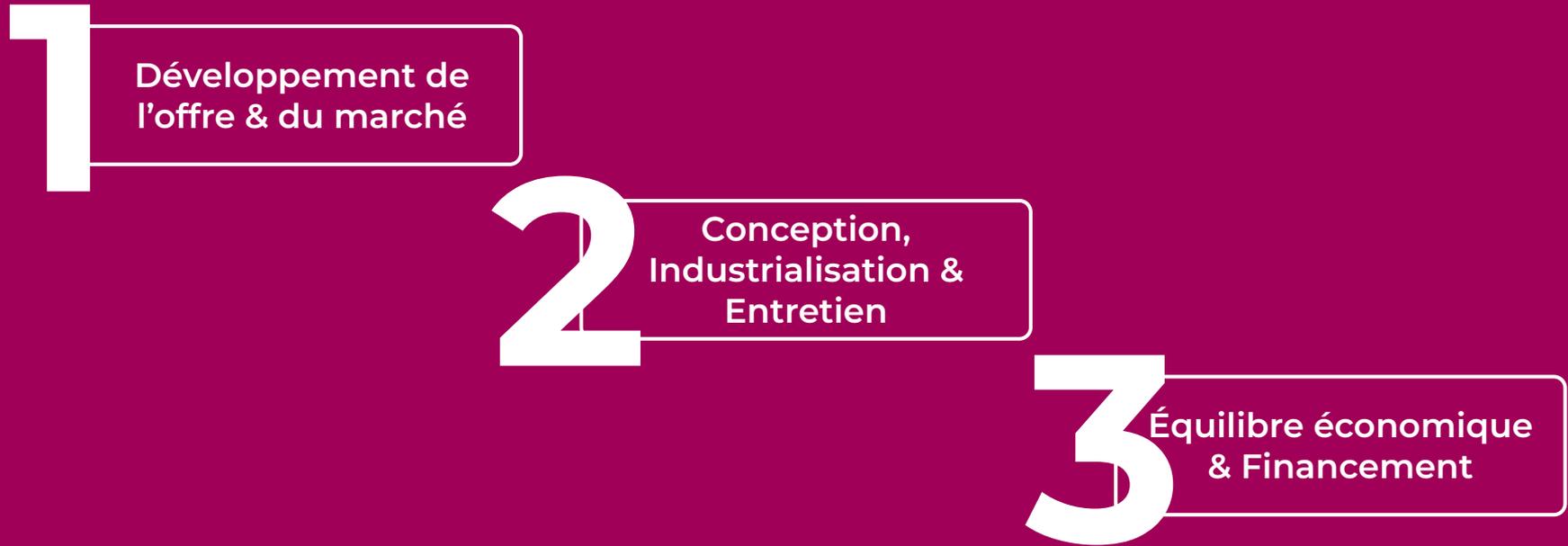
Alain LE GOUGUEC
Chef de produit Futur Citroën
- Stellantis



2.

**Un marché encore naissant
qui comporte son lot de
défis**

Les acteurs des **microcars** font aujourd'hui face à de **nombreux défis** pour le développement de ce marché



Développement de l'**offre** & du **marché**

Concevoir des véhicules qui répondent aux **usages actuels et à venir**

- Les différents **types d'usages** ne sont **pas encore tous matures** (particuliers, professionnels, urbain, péri-urbain, grand public, spécifique, etc.)
- Le chemin est **long** et **coûteux** avant de pouvoir **valider son marché** notamment pour les néo-constructeurs (conception, homologation, adaptation etc.)

Réussir à **démocratiser un marché de niche**

- **Faire connaître** ce nouveau segment et **convaincre** les futurs clients que les microcars peuvent répondre à leurs besoins
- Développer un **cadre réglementaire favorable** à l'usage des microcars (subventions, infrastructures, circulation sur des voies rapides etc.)

Conception, industrialisation & entretien

Développer un véhicule **viable économiquement et éco-conçu**

- Réussir à développer un véhicule **différenciant, désirable, adapté** aux besoins du marché et avec une **empreinte carbone faible** tout en incluant des aspects de **coûts peu élevés** pour rentrer dans les attentes des clients en terme des **prix**.

Réussir le passage du **prototype à l'industrialisation**

- Renforcer sa **capacité de financement** pour permettre le passage à l'échelle
- Accéder à des pièces avec un **volume de production faible** par rapport aux standards de l'industrie automobile

Concevoir des **véhicules faits pour durer**

- Développer des microcars pensées pour permettre avoir une durée de vie importante tout en maîtrisant ses coûts
- S'assurer d'une disponibilité en pièce assez rapide pour pouvoir répondre aux besoins d'entretien et de réparation des clients
- Développer un réseau de proximité pour assurer un service après-vente qualitatif pour les clients

Équilibre économique & Financement

Accéder aux **financements** nécessaires à son développement

- **Financer** (public ou privé) la conception, le développement, l'homologation, et le passage à l'échelle pour les néo-constructeurs.
- Financer la **communication**, et les **initiatives** pour faire connaître ce segment et ses usages.
- Développer les **incitations financières** pour les utilisateurs de microcars (stationnement gratuit, subventions etc.)

Réussir à créer une **équation économique viable**

- **Baisser les coûts de production** des véhicules pour proposer un prix attractif et compétitif.
- Intégrer des notions de **production et d'approvisionnement en pièces** de manière **locale** tout en gardant une marge suffisante sur de petits volumes.

3.

Des éléments à mettre en place pour structurer et dynamiser le marché

Créer des véhicules plus sobres et qui durent plus longtemps

- Implémenter des **notions d'éco-conception** pour renforcer l'**aspect différenciant et l'attractivité des microcars**
- **Optimiser la durée de vie** des véhicules pour **réduire l'impact environnemental**, le **coût de maintenance**, et maintenir une **valeur forte du véhicule**

Standardiser et mutualiser les composants et la production des véhicules

- Développer des éléments de conception communs pour atteindre des **niveaux de volume plus conséquents** et une équation économique viable
- Permettre un **positionnement prix agressif** pour se démarquer des M1, notamment asiatiques

Développer la notoriété et favoriser l'usage auprès des futurs clients pour faire émerger une demande

- **Mettre en lumière ce segment et ses usages**
- Démocratiser ce marché en créant un **cadre favorable au déploiement des microcars** (réglementation, subventions, adaptation de l'infrastructure, etc.)

Créer un écosystème fort pour accompagner le développement d'une filière industrielle

- **Faciliter les échanges** entre les différents acteurs de la chaîne de valeur, faire **monter en compétence la filière** et développer **une voix commune pour défendre ses intérêts**
- **Créer une base industrielle solide** pour faciliter et accélérer le développement des acteurs.
- **Sécuriser des financement innovants** (développement, industrialisation, promotion, etc.)

Merci

via iD

MOBILITY
CLUB
By via iD

Contact

Pierre Gonnet

Corporate Innovation Manager

pgonnet@via-id.com

+33 6 70 38 32 50